

Uma cidade pós-criativa?

A Post-Creative City?

Une cité post-crétative?

Malcom Miles

Tradutor: Isabel Donas Botto



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/rccs/5091>

DOI: 10.4000/rccs.5091

ISSN: 2182-7435

Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

Edição impressa

Data de publicação: 1 Dezembro 2012

Paginação: 09-30

ISSN: 0254-1106

Referência eletrónica

Malcom Miles, « Uma cidade pós-criativa? », *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Online], 99 | 2012, colocado online no dia 04 setembro 2013, criado a 01 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rccs/5091> ; DOI : 10.4000/rccs.5091



MALCOLM MILES

Uma cidade pós-criativa?

Na década de 1990, a reabilitação urbana de base cultural tornou-se regra na Europa, legitimada pelo conceito de cidade criativa. Em alguns casos, esse processo levou a uma marginalização de culturas locais; noutros, a esperada nova prosperidade não se concretizou com a estetização do espaço e o resultante do enobrecimento urbano (*gentrification*). A cidade criativa é uma cidade socialmente fragmentada na qual se valoriza a cultura entendida como as artes, em detrimento da cultura enquanto articulação de valores partilhados no quotidiano. Contudo, a crise financeira de 2008 intercepetou esta trajetória, proporcionando uma oportunidade para reavaliar o conceito de cidade criativa e os seus valores implícitos. Têm aparecido alternativas, nomeadamente o movimento Ocupa e a arte ativista. Poderá existir uma cidade pós-criativa? Poderá a imaginação criativa de uma diversidade de grupos urbanos levar a novas formações sociopolíticas e culturais? Isso constituiria possivelmente uma outra revolução urbana.

Palavras-chave: cidade criativa; cidades; contracultura; indústria da cultura; regeneração urbana.

Contexto

Na década de 1980, o discurso dominante sobre a transformação das cidades na Europa Ocidental e na América do Norte defendia que a reabilitação de base cultural permitiria resolver um leque de problemas urbanos associados à desindustrialização. À medida que a produção industrial era transferida para os países do Sul global, o desemprego aumentava no Norte global, as fábricas eram abandonadas e os centros urbanos entravam em decadência. Simultaneamente, a desregulamentação do comércio desestabilizou o controlo económico, que passou das mãos do Estado, com o seu sentido de responsabilidade pelo bem público, para as do mercado. Neste contexto, a cidade cultural (ou criativa), baseada numa economia cultural, começou a tomar o lugar da cidade da produção material e das instituições públicas, numa proliferação de estilos de vida associados ao consumo. Gradualmente, foram sendo encontrados novos usos para velhos edifícios, muitas vezes como museus ou centros de informação e média.

Em *The Corrosion of Character* (1998), Richard Sennett demonstra que a criatividade da nova economia engloba novos padrões de emprego, flexíveis e caracterizados pela insegurança. Enquanto os trabalhadores com vencimentos mais baixos eram desqualificados, surgia uma nova elite de criativos nos setores da cultura, dos meios de comunicação social e dos serviços financeiros. Estes criativos, na sua diversidade, fomentaram novas correntes consumistas não apenas ligadas às artes, mas estendendo-se também a outros domínios – por exemplo, a bares e marcas de designer e estilos de vida associados. Ao adquirir essa autoimagem proporcionada por bens e serviços de marca, a classe criativa passou a ser vista como um motor da transformação urbana. Na periferia urbana pouco mudou. Foi uma revolução urbana invertida, na qual os ricos se afirmaram expulsando os pobres para as margens sociais, culturais e económicas.

As estratégias urbanas de base cultural estribaram-se, em grande medida, numa seleção de imagens das cidades e não no conjunto de experiências e percepções sensoriais que refletem um urbanismo social e etnicamente diverso. A partir da Europa Ocidental, o modelo da cidade cultural difundiu-se pela Europa de Leste depois da queda do muro de Berlim, em 1989, e está também hoje em dia amplamente presente na Ásia, Australásia e América Latina. Promove-se a cidade cultural como uma cidade vibrante, na qual os novos setores económicos, nomeadamente os da informação, comunicação e serviços financeiros, substituem a produção fabril, podendo também regenerar o espírito das cidades. Claro que o espírito da cidade está na mente do consultor de imagem, mas pretende-se, com a sua promoção, atrair jovens profissionais com um poder de compra relativamente elevado e que possam contribuir para a recuperação económica. O problema é que, apesar de as estratégias culturais serem apresentadas como tendo a capacidade de regenerar os centros degradados e as zonas desindustrializadas, o que as determina não é o interesse na renovação *cívica*, que implica benefício público, mas motivos *económicos e comerciais* – a valorização dos solos, entre outros –, indo ao encontro dos desejos de uma nova elite. Sob a superfície, a cidade cultural é uma cidade de empreendimentos imobiliários, que beneficia com a desregulamentação e a redução da escala e do âmbito da intervenção estatal na cidade.

Em consequência, a configuração futura das cidades depende cada vez mais do setor privado ou de parcerias público-privadas no âmbito de uma lógica de mercado, enquanto as cidades vão competindo entre si por investimentos e turismo cultural como cidades-estado semiprivatizadas. A questão da marca é crucial, tanto na promoção do produto como na promoção da cidade, explorando as rápidas transformações visuais proporcionadas pelos

projetos artísticos de grande destaque. Desobstruídas as áreas desindustrializadas, as autoridades municipais promovem a ideia da sua cidade como um centro criativo ou de inovação tecnológica, para que ela se transforme num foco de atração para a classe criativa. Essa classe, por seu lado, retoca as imagens nas quais se vai basear a percepção externa do crescimento da cidade, acentuando os aspetos da novidade e da modernização – hoje em dia um slogan para a legitimização económica – em detrimento da coesão social ou justiça. A cultura confere um verniz respeitável ao empreendimento, dado que, no pensamento clássico e neoclássico, se atribui à cultura um valor universal: cultura é sinónimo de civilização. O colecionador de arte pode imaginar-se um príncipe da Renascença, a viver no seu condomínio privado e a trabalhar na sua cintilante fortaleza empresarial de vidro e aço, observando a paisagem urbana apenas através dos vidros do seu automóvel.

Dois modelos

Na década de 1990 surgiram dois modelos distintos, embora relacionados, de regeneração urbana de base cultural. Na América do Norte, Richard Florida defendeu o papel da classe criativa na dinamização de novas economias urbanas, invocando o anterior crescimento de uma meritocracia nas ciências e a identificação de uma classe empresarial urbana.¹ Os membros da classe criativa trabalham em setores que vão desde as artes, o design e os média à comunicação, publicidade, relações públicas e serviços financeiros. Dispõem do capital necessário para financiar o consumo associado a um determinado estilo de vida e adquirem capital cultural ao visitar galerias de arte, tornando-se membros de museus e colecionando arte contemporânea. Na realidade, investir na nova arte é como investir em derivados: trata-se de especulação, mas tem potencial para gerar grande lucro se se conseguir gerar confiança suficiente no mercado. As pessoas dessa classe mudam-se para os centros urbanos renovados, incentivando o processo de enobrecimento (Smith, 1996). Contudo, Florida vê a classe criativa como uma classe internamente diversificada, na medida em que não inclui apenas profissionais da comunicação social e designers de moda, mas também, citando Paul Fussell, quem é atraído para as cidades pela possibilidade de experiências criativas, assim como pela nova economia, que não é hierárquica nos seus padrões de organização.² Isto poderá parecer uma recuperação das ideias do princípio do século XX, segundo as quais as cidades eram espaços onde se quebravam

¹ Florida (2004: 67), citando E.O. Wright, *Classes* (London: Verso, 1990) e *Class Counts* (Cambridge: Cambridge University Press, 1996).

² Florida (2004: 67-68), citando Paul Fussell, *Class: A Guide Through the American Status System* (New York: Summit, 1983).

os laços de família e a ligação à terra e os contratos se baseavam em interesses comuns (Tonnies, 1955); a diferença é que, para Florida, a classe criativa não se define apenas por ter interesses de lazer comuns, mas também pelo papel fundamental que desempenha como motor do processo de crescimento urbano, ao passo que os trabalhadores atraídos para a indústria contribuíram para a criação de riqueza, mas não desempenharam esse papel. Este processo constata-se facilmente quando, em torno de um novo museu, começam a surgir novos espaços de venda de vestuário, restaurantes e bares de designer. Na metrópole do período entre a década de 1860 e a segunda década do século XX, os cafés eram locais de encontro para artistas, escritores e críticos, enquanto os grandes armazéns ofereciam às mulheres casadas da classe média um escape para o isolamento doméstico das suas casas suburbanas. Era um processo libertador. Contudo, a ênfase na cidade criativa é colocada na cultura consumista, no contexto da qual se podem construir identidades através de um consumo de elite. As antestreias de museus e outros eventos artísticos proporcionam um espaço para a exibição do estatuto de criativo, mas o aparecimento de uma nova classe de colecionadores entre os profissionais dos setores financeiros e dos meios de informação e comunicação, por exemplo, tem mais influência no futuro da cidade pós-industrial.

Assim, Florida define a classe criativa como “pessoas que se dedicam à solução criativa de problemas, recorrendo a um complexo conjunto de conhecimentos para resolver problemas específicos” (2004: 69). São instruídos e independentes, capazes de trabalhar em equipa ou em células semiautónomas num contexto empresarial. Por contraste, e como que para naturalizar uma divisão social, Florida identifica uma crescente classe de trabalhadores e prestadores de serviços não especializados e com baixos salários, que não são de todo independentes mas que mantêm a cidade criativa a funcionar, ao dar resposta a todas as necessidades invisíveis da classe criativa. Muitos deles são migrantes recentes. Para Florida (*ibidem*: 71), esta classe “foi gerada pela necessidade económica”, o que, de acordo com a lógica do neoliberalismo, despolitiza a questão.

O outro modelo, defendido por Charles Landry em *The Creative City*, coloca maior ênfase nos projetos artísticos do que nos profissionais de arte, seguindo uma tendência comum entre gestores artísticos de apresentar o seu setor como capaz de resolver o desemprego, o crime e a degradação das propriedades. Mas Landry combina isto com uma versão livre da abordagem de Florida, ao defender (depois de visitar várias cidades europeias) que

[a]s cidades com sucesso pareciam ter algumas coisas em comum – indivíduos visionários, organizações criativas e uma cultura política com objetivos claros e

bem definidos. Pareciam optar por uma via determinada e não determinista. A capacidade de liderança era extensa, permeando os setores público, privado e do voluntariado, e encontrava expressão em ousadas iniciativas públicas e frequentemente em investimentos de risco, assim como numa teia de projetos interrelacionados, fossem eles para fins lucrativos ou para o bem público. (2000: 3)

Ao contrário de Florida, Landry dá crédito ao setor do voluntariado, mas também associa o bem público aos interesses privados no que classifica como iniciativas ousadas. Eu considero que isto encobre o crescimento da atribuição de subsídios públicos para fins privados, como acontece quando iniciativas culturais emblemáticas (com fundos públicos ou da lotaria nacional) fomentam o enobrecimento urbano.

Nota-se, no entanto, que a abordagem de Landry parece reter um sentido europeu da cultura como algo de bom, pelo que os novos museus de arte traduzem um sentimento alargado e indefinido de renovação. Parece-me que Landry hesita entre o conceito de cultura como um fim em si mesma e as artes como algo de útil (como um meio de atingir um fim). Corre-se assim o risco de fundir a alta cultura com a cultura (no sentido das ciências sociais), associando-se o desejo por um sentimento de pertença à cultura do património, um domínio restrito que reflete o sentimento de pertença apenas de alguns:

O património cultural e as suas expressões contemporâneas proporcionam um foco para a renovação urbana a nível mundial. Em pleno processo de desenvolvimento económico encontramos inspiração nos edifícios, artefactos, tradições, valores e saberes do passado. A cultura ajuda-nos a adaptarmo-nos à mudança, ao ancorar o nosso sentido de existência: mostra-nos que procedemos de algum lado e temos uma história para contar; pode dar-nos confiança e segurança para enfrentar o futuro. O património cultural não se confina aos edifícios – é toda a panóplia de recursos culturais que demonstram que um lugar é único e singular. (2000: 39)

Isto é uma maneira de fundir diferentes passados culturais num presente homogeneizado. Landry refere o “peso e significado” que “a presença do passado no presente” pode trazer a uma cidade. Mas quando ele afirma que apagar memórias é “deitar fora um recurso”, não esclarece de quem são essas memórias e a que passado se refere (2000: 266). Fala de um “banco de ideias”, mas a forma como este conceito se revela nos testemunhos de formações sociais do passado é pouco expressiva. Apesar de ele não o mencionar, a renovação das docas de Londres é um exemplo do apagar da história: a única referência à história de militância operária é uma escultura em bronze de três

estivadores localizada perto do Centro de Congressos Excel, que representa um capataz, a um nível mais elevado, a dar ordens, e os trabalhadores a olhar para o chão. Os rostos não são visíveis ao nível do olhar, e o conjunto não é uma representação de militância, mas sim de conformismo.

A reabilitação do centro de Birmingham demonstra a inscrição de valores económicos na cultura em grande escala. As ruas pedonalizadas e as praças públicas – a Praça Centenary e a Praça Victoria – projetadas nas décadas de 1980 e 90, estão cheias de esculturas e de mobiliário urbano decorativo que são bastante utilizados por funcionários de escritório e por quem se desloca diariamente para o trabalho. A animação, no entanto, é ilusória, gerada pelo comércio global e não por uma dinâmica local. A maioria dos restaurantes são *franchises* transnacionais e os edifícios novos que sobressaem são um centro de convenções e um hotel de uma cadeia americana topo de gama, conferindo ao espaço um aspeto de zona comercial central. Os edifícios públicos da Birmingham oitocentista observam o espetáculo, incorporados nos esforços da cidade – espelhados em postais com a inscrição “Cidade da Cultura”, uma designação que Birmingham não recebeu nem da União Europeia nem do Reino Unido – para encontrar uma maneira de vencer a desindustrialização.

Impactos

Os resultados deste tipo de revitalização urbana têm sido diversos. De certa maneira, os centros urbanos foram reabilitados, se bem que na forma de zonas enobrecidas onde a classe criativa pode sentir a emoção de viver na proximidade de áreas carenciadas. A zona de Hoxton, em Londres, é exemplo disso, com a sua mistura de novas galerias de arte, residências enobrecidas (algumas delas habitadas por artistas de sucesso) e bairros de habitação social do pós-guerra cuja renovação foi meramente cosmética. Este processo constitui uma inversão da tendência para a suburbanização dominante no pós-guerra e vai contra a tendência pós-moderna para o *exúrbio* (Soja, 2000: 233-263), mas a estetização do espaço urbano reclassifica os centros urbanos como zonas de elite, onde tanto a população remanescente como a nova população migrante de prestadores de serviços se sentem deslocadas. Em vez dos centros de governação ou instituições públicas, são as aldeias urbanas e os locais de consumo associados a estilos de vida específicos que definem o espaço. Quando se criam novos espaços públicos, são rodeados de bares e cafés, onde todos os lugares são para consumidores.

Como sugeri anteriormente, a narrativa cultural é uma resposta à desindustrialização. As velhas indústrias eram sindicalizadas e, como tal, opunham resistência à erosão dos direitos dos trabalhadores. Mas à medida

que a produção imaterial vai dominando a imagem projetada nas marcas promocionais das cidades, estas são despolitizadas e o seu futuro passa a ser determinado pelas forças do mercado. O recurso ao património no processo de regeneração traduz um otimismo artificial que descarta áreas de potencial contestação ou de diferença assumida. Em novos projetos culturais, como o do museu Guggenheim em Bilbao, o que se destaca é o brilho quase ofuscante da fachada.

A ambição de muitos desses projetos envolvendo instituições e zonas culturais emblemáticas é atrair o turismo cultural, que explora a arte e o património de forma a incentivar profissionais e empresários a visitar a cidade durante um fim de semana ou a prolongar a sua estadia após uma convenção de negócios ou um congresso, estimulando, assim, a atividade económica em hotéis, restaurantes, boutiques e lojas de museus. Tudo isto cria emprego, mas o impacto não é tão positivo como poderia parecer, porque muito desse emprego é não qualificado, de baixa remuneração e a tempo parcial, em serviços de restauração e segurança (Loftman e Nevin, 1998).

Mas feitas as contas, os turistas culturais gastam mais do que os turistas balneares, pelo que a autarquia de Barcelona adotou uma política de incentivo ao turismo cultural na década de 1990 (Dodd, 1999), ao mesmo tempo que acolhia os Jogos Olímpicos de 1992 (ver Degen, 2004). Esta política tinha, no entanto, dois aspetos pouco usuais: estava associada à construção de uma infraestrutura cultural catalã com um Auditório Nacional e um Teatro Nacional novos; e como os turistas culturais exigem autenticidade, os eventos nestes dois novos espaços eram publicitados apenas em catalão. Estes turistas gostam de explorar as zonas de transição das cidades, e em velhos bares ou nas ruas estreitas podem sentir a emoção de se misturar com artistas, trabalhadores do sexo e migrantes. A velha zona de prostituição do El Raval proporcionava esse tipo de oportunidades em Barcelona, mas a sua designação como bairro cultural levou talvez demasiado longe a formalização desse arranjo. O novo museu de arte contemporânea (MACBA, projetado por Richard Meier) constitui um polo para a classe criativa. Ainda está cercado de ruas estreitas sombreadas por varandas, entre vielas onde as velhas lojas e os bares continuam a servir as populações locais; no entanto, ao longo da primeira década deste século, a área assumiu um aspeto enobrecido e tornou-se menos diversificada – as rendas são controladas, mas a renovação trouxe consigo taxas mais elevadas nos serviços, de modo que, embora El Raval continue a ser uma zona de transição, já não dá a sensação de um bairro de um velho porto mediterrânico. Os blocos de apartamentos construídos nos espaços livres não possuem varandas, o que poderá parecer irrelevante; mas as varandas eram um espaço de transição, nem público, nem privado,

antes as duas coisas – uma transgressão de fronteiras. As novas fachadas já não permitem isto, lembrando mais as fachadas dos edifícios das cidades do norte da Europa (onde está o dinheiro). Há também uma nova Ramblas, um espaço público amplo, mas que apenas liga as ruas estreitas – por contraste com a velha Ramblas, muito usada tanto por residentes como por visitantes, que ligava o centro da cidade ao porto. Tal como a arte pública, o espaço público parece estar a ser colonizado pelo enobrecimento urbano.



FIGURA 1 – MACBA, Barcelona (fotografia do autor)



FIGURA 2 – A nova Ramblas, Barcelona (fotografia do autor)

O resultado da reabilitação urbana de base cultural tende, portanto, a ser o enobrecimento por meio da estetização e da renovação (necessária em muitos casos) do edificado. David Ley (1996) identificou este processo em Vancouver, argumentando que foram as necessidades dos jovens profissionais de classe média – a classe criativa de Florida – que imperaram na utilização (e especialmente na reutilização) dos solos nas cidades e sociedades pós-industriais. O enobrecimento representa, pois, na síntese de Lees, Slater e Wyly a partir de Ley (1996: 15), “uma nova fase de desenvolvimento urbano na qual fatores de consumo, gosto e uma perspectiva estética específica [...] levaram ao ‘imagendrar’³ de um urbanismo alternativo à suburbanização” (Lees, Slater e Wyly, 2008: 92).

Assim, a cidade cultural aloja a classe criativa num ambiente de afluência e aparato. É uma cidade de exibição. Na sua economia simbólica e de marca, até a vida de rua e as disputas do espaço são reacondicionadas – como aconteceu com os grafiti, integrados no mercado de arte. Isto demonstra a função de policiamento brando da cultura, que, em vez de banir uma atividade, a integra numa nova categoria, tornando inofensivo o seu conteúdo. Se os grafiti foram, em tempos, consoante a perspectiva, quer uma voz para

³ Tradução literal de “imagineering”, um termo composto de “imagine” (imaginar) e “engineering” (engendrar). [N.T.]

os que não têm voz, quer uma praga, hoje em dia são uma mercadoria. A cidade criativa reabilita o centro urbano, mas desfaz o consenso do Estado-providência do pós-guerra numa nova barbárie dominada pelas forças do mercado. Com as novas elites separadas dos pobres, nos seus condomínios fechados, a cultura é um meio de controlo, como afirma Sharon Zukin:

Controlar as várias culturas das cidades aponta para a possibilidade de controlar todo o tipo de males urbanos [...]. O poder cultural de criar uma imagem, de forjar uma visão da cidade foi-se tornando mais importante à medida que a mobilidade e diversidade dos públicos foi aumentando e as instituições tradicionais [...] se tornaram menos relevantes enquanto meios de expressão da identidade. Os criadores de imagens fixam uma identidade coletiva. Ao aceitar [estas identidades] sem questionar as suas representações da vida urbana, corremos o risco de sucumbir a uma cultura visual atraente e privatizada. (1995: 3)

Arte, gestão e utilidade

Na década de 1980, a prática de expor a arte em espaços diferentes da tradicional galeria ou museu levou à expansão do mercado artístico e teve reflexos a dois outros níveis: aos artistas, proporcionou um meio de atrair públicos mais vastos e de recusar o estatuto de mercadoria para a arte; aos administradores, permitiu o alargamento das infraestruturas artísticas do setor público, aproveitando os recursos de outros tipos de fontes deste setor. No entanto, para os artistas, esse desvio da galeria foi de curta duração; o mundo da arte rapidamente os reintegrou na corrente dominante, em que se negociavam nomes em vez de objetos. Para as infraestruturas artísticas, essa mudança coincidiu com a transição de um modelo de administração baseado no interesse público – no Reino Unido, como parte do Estado-providência do pós-guerra – para um modelo de gestão das artes. Esta transformação criou emprego em instituições e agências artísticas, mas trouxe a concorrência para um meio onde anteriormente existia uma livre partilha de ideias. Um excerto de um relatório do *National Endowment for the Arts* (NEA), citado por Yúdice, ilustra bem até que ponto os gestores artísticos consideravam todo o setor público como o seu território:

Deixando de estar exclusivamente adstritas ao tradicional foro da cultura, as artes seriam literalmente difundidas por toda a estrutura cívica, encontrando acolhimento numa grande variedade de atividades de serviço à comunidade e de desenvolvimento económico – desde programas para jovens à prevenção do crime, passando pela formação profissional e pelas relações raciais –, extravasando em muito as tradicionais funções estéticas das artes. Este alargamento do papel da cultura também se vê nas

muitas novas parcerias que as organizações artísticas estabeleceram nos últimos anos, com instituições de ensino, parques e departamentos de lazer, centros de convenções e de acolhimento de visitantes, câmaras do comércio e uma vasta gama de agências de previdência social, e que ilustram bem a vertente utilitária das artes na sociedade contemporânea. (2003: 11)

George Yúdice cita este excerto em *The Expediency of Culture*, realçando que o alargamento da esfera de interesses da arte se seguiu a uma redução do financiamento público nos Estados Unidos. Com o conceito de utilidade dava-se resposta à necessidade de encontrar novas fontes de financiamento, o que implicava um novo tipo de fundamentação para a arte. Em vez de ser considerada como uma componente evidente e inquestionável da civilização, a arte passou a ser encarada como parte do setor dos serviços – muito longe da esfera autónoma da estética defendida pelo crítico nova-iorquino Clement Greenberg no seu ensaio “Avant-garde and Kitch”, publicado em 1939. Greenberg entendia a vanguarda como desligada da sociedade, transpondo a revolução do estado para o estilo. No final do século XIX, as secessões de Berlim, Munique e Viena recusaram o conservadorismo institucional; no princípio do século XX, isto transformou-se num ataque aos valores burgueses, como se verificou com o movimento Dada; mas na década de 1960, o ataque foi dirigido apenas ao movimento artístico antecedente. Nas palavras de Greenberg,

a verdadeira [...] função da vanguarda não era ‘experimental’, mas antes encontrar uma via que permitisse que a cultura continuasse a mover-se no meio da confusão ideológica e da violência. Removendo-se completamente do público, o poeta ou artista de vanguarda procurava [...] a expressão de um absoluto no qual todas [...] as contradições seriam resolvidas ou irrelevantes. (1986: 18)

Há um fosso abissal entre a estética de Greenberg e a utilidade do NEA. Existem, no entanto, três outras complicações.

Em primeiro lugar, se a arte perde a autonomia ao ser reconfigurada como utilidade, enquadra-se no modelo económico de um setor. Não sendo geralmente considerada uma indústria (embora tenha produtores e consumidores), enquadrada desta forma, torna-se um motor económico da reabilitação, e o mercado de arte dá um contributo importante para a economia nacional, juntamente com o turismo, os seguros e os serviços financeiros. Segundo Yúdice, nos Estados Unidos, o estatuto da arte como utilidade constitui-se na sequência da Guerra Fria – a queda do Muro de Berlim em 1989 e o colapso da União Soviética em 1991 “retiraram o tapete legitimador

à crença na liberdade artística, e em consequência o apoio incondicional às artes, como uma das suas principais marcas de diferença relativamente à União Soviética” (2003: 11). E continua:

A arte foi totalmente incorporada numa conceção alargada de cultura como algo que tem a capacidade de resolver problemas, incluindo a criação de emprego. O seu objetivo é contribuir para a redução da despesa, ajudando, ao mesmo tempo, a manter o nível de intervenção estatal necessário à estabilidade do capitalismo. (*ibidem*: 12)

Talvez. Mas durante a Guerra Fria, a arte ocidental foi construída como uma forma de expressão livre, em contraste com o realismo soviético, cuja utilidade era apoiar o regime. Se a autonomia estética é substituída pela utilidade, imita-se a cultura soviética. Mais do isso, no modelo alargado de cultura referido por Yúdice – que aparentemente alude ao ensaio de Rosalind Krauss “Sculpture in the Expanded Field” (2003), publicado em 1979, embora talvez se trate apenas de uma coincidência na escolha de palavras – não é somente a fronteira entre a arte e o trabalho social que desaba, mas também a fronteira entre formas de arte, assim como entre arte, design, moda, arquitetura e meios de comunicação social. Mas talvez valha a pena fazer uma breve incursão pelo ensaio de Krauss.

Reeditado numa coleção de ensaios sobre pós-modernismo coordenado por Hal Foster em 1983, este texto estabelece uma base crítica para a arte, que já não é definida pela sua pureza formal, mas na sua relação com uma pluralidade de áreas adjacentes. A arte é não-arquitetura, não-paisagem, etc. A questão imediata que Krauss coloca é a do modo de abordagem de uma escultura de Mary Miss em forma de um buraco no chão. A resposta traduz-se no cartografar de um território em expansão para a arte, partindo de uma narrativa do afastamento da escultura relativamente ao modelo do monumento, com Rodin, e abrindo caminho para uma associação com áreas de não-arte. Tornar mais indefinidas as fronteiras entre as várias formas de arte não é muito diferente de dissolver a separação entre arte e cultura – entre a arte enquanto gosto e a cultura enquanto hábitos partilhados da vida quotidiana –, mas constitui também uma acomodação às tendências de expansão dos setores empresariais pós-industriais. Talvez Yúdice tenha razão, embora não exatamente no sentido que pretende. O fim da Guerra Fria deu à arte ocidental a oportunidade de abandonar o seu estatuto anti-ideológico e – sendo o Oriente parte de um único território económico global – de se transformar em mais um setor industrial, como se a arte fosse não-comércio (o que é radicalmente diferente de não ser comércio).

A segunda complicação é que, entendendo-se a arte como utilidade, o realce recai sobre a exibição, não sobre a produção. Poucas das cidades que adotam políticas de reabilitação urbana de base cultural proporcionam condições de instalação aos artistas (Berlim é uma exceção). A arte na base da atividade econômica da cidade pode ser a do passado, mais do que a do presente, o resultado de colecionismo transnacional de arte. Uma cidade cultural não precisa de produção artística, e os artistas limitam-se a ser uma presença pitoresca pós-moderna. Os bairros artísticos, como o SoHo, em Nova Iorque, e Hoxton, em Londres, atraem os novos boêmios (Bohos),⁴ mas poucos deles são artistas. No entanto, a cultura tem uma grande visibilidade, com um custo muito inferior ao de uma renovação das infraestruturas. Mas uma vez mais, se a aparência prevalece na cidade, os resultados esperados nem sempre se concretizam.

Há casos de sucesso, nomeadamente Glasgow e Barcelona, mas tem havido insucessos. Em Sheffield, uma cidade desindustrializada, o novo centro de música contemporânea projetado por Nigel Coates foi encerrado por o número de visitantes ter ficado aquém do esperado, sendo o espaço atualmente utilizado por uma das duas universidades da cidade. Na fachada, lê-se a inscrição “capacitante, enriquecedor, celebratório, envolvente, divertido” – uma retórica que, na opinião do crítico de arquitetura Owen Hatherley, lembra a fantasia da *Cool Britannia* do governo de Blair (Hatherley, 2010: 110). Hatherley vê uma grande parte da reabilitação urbana a esta luz, uma manta de retalhos de referências estilísticas descontextualizadas: “os telhados ondulantes proporcionam variedade, a mistura de materiais ajuda a combater a insipidez, a inóspita ‘esfera pública’ é uma concessão à coragem cívica – [...] aquilo a que chamo pseudo-modernismo” (*ibidem*: xiii). Sobre a “renascença urbana” anunciada por Blair e pelo seu amigo arquiteto Richard Rogers, Hatherley comenta que constituiu “uma definição perfeita de boas ideias mal ponderadas e (na sua maior parte) pavorosamente postas em prática” (*ibidem*: xv). Após a crise financeira de 2008, essa renascença terminou. O novo governo do Reino Unido, em 2009, encarou-a como um projeto *New Labour* [Novo Trabalhismo] e abandonou-o, tendo o Ministro da Educação declarado que se deixaria de pagar a arquitetos (como Rogers) para fazer projetos de escolas (Hatherley, 2011: xv).

De qualquer forma, na Europa da austeridade há menos meios para concretizar projetos culturais. Em Sheffield, há um grande buraco num terreno do centro urbano porque as obras foram suspensas quando o

⁴ Ver Wilson (2000).

dinheiro acabou, uma situação que não é rara no Reino Unido. O mapa está a ser redesenhado. A esperança que em tempos caracterizou o modernismo está enterrada bem fundo nos buracos que agora ocupam os centros urbanos; e esses buracos não foram provocados pelos bombardeamentos, como aconteceu na década de 1940, mas pelos excessos desmesurados do capitalismo.

Na mesma linha de pensamento, Zygmunt Bauman considera que a globalização gera novos tipos de insegurança:

Lançados num vasto oceano sem cartas de navegação e com todas as boias de sinalização marítima afundadas e quase invisíveis, restam-nos apenas duas opções: podemos deleitar-nos com as vistas deslumbrantes proporcionadas por novas descobertas ou podemos tremer de medo de nos afogarmos. O que não é de todo realista é ir pedir refúgio num porto seguro. (1998: 85)

Esta perspetiva contrasta com as certezas otimistas do modernismo internacional e com o renovado humanismo patente na reconstrução, no pós-guerra, das cidades europeias destruídas pelos bombardeamentos de zonas civis durante os anos 40. Talvez a cidade modernista tenha sido uma reação ao trauma. Depois da carnificina da guerra de 1914-18, num período marcado por um reajustamento social profundo, o modernismo internacional propunha uma nova sociedade. No período pós-1945, esse projeto foi reavivado, nomeadamente no Reino Unido, com o Festival da Grã-Bretanha de 1951, uma série de eventos que o Royal Festival Hall evoca. No guia do Festival, lê-se:

O Festival não deixará apenas um registo de como nos víamos em 1951; ficará também, numa apazível comunidade criada onde antes existia um bairro degradado, numa avenida ladeada de árvores ou numa obra de arte, a lembrança do que fizemos para inscrever este singular e aventureiro ano na nossa história nacional e local.⁵

No sexagésimo aniversário do Festival, em 2011, as comemorações foram realizadas no mesmo sítio, mas 60% do espaço dos cartazes de divulgação do festival era consagrado a locais para comer e beber – um festival de consumo, não de renovação nacional. Julgo, no entanto, que a ideia de identidade nacional que inspirou o evento de 1951 já não tem viabilidade. Hoje em dia, Londres é uma cidade multicultural de uma forma impossível de imaginar em 1951, uma cidade cosmopolita em que a cultura faz a ponte

⁵ Citado no jornal *The Guardian*, 22 de abril de 2011, p. 3.

entre públicos étnicos e de interesses diferentes, ou talvez encubra uma divisão persistente, sendo a cultura usada como uma máscara de coesão. Como refere Tim Butler (2003: 2469), “Numa cidade maciçamente multiétnica, as classes médias, não obstante os longos e retóricos discursos em prol do multiculturalismo e da diversidade, juntam-se em bairros essencialmente brancos nos centros urbanos”.

Do mesmo modo, os organizadores de *Cosmopolitan Urbanism* comentam:

As práticas globais dos novos habitantes das zonas enobrecidas (*gentrifiers*) [...] refletem aparentemente as atitudes e práticas do cosmopolitismo, incluindo uma celebração ativa da [...] diversidade. Contudo, poderão de facto estar a produzir uma exclusão da diferença ao delinear fronteiras simbólicas entre a diferença que é aceitável e a que não é. (Binnie *et al.*, 2006: 16)

Para Leonie Sandercock, a diferença cultural é atualmente o atributo que define as cidades:

Todos nós crescemos num mundo culturalmente estruturado, que nos molda profundamente, e é inevitável vermos o mundo a partir do contexto de uma determinada cultura. [...] E no entanto, temos a capacidade de avaliar criticamente os valores e práticas da nossa própria cultura e de compreender [...] os de outras culturas. Temos a capacidade de imaginar e de desejar a mudança cultural. (2006: 47)

Se as culturas estão permanentemente a evoluir e, num mundo de migrações, a tornar-se híbridas, as cidades constituem-se como locais essenciais de negociação cultural e de contestação dos direitos ao espaço e à visibilidade. Como comenta Sandercock,

negociar uma coexistência intercultural pacífica quarteirão a quarteirão, bairro a bairro, tornar-se-á uma preocupação central dos cidadãos, bem como dos profissionais urbanos e políticos. O direito à cidade é o direito de todos os habitantes à presença e o direito a participar em igualdade na vida pública, a tomar parte no debate sobre o futuro da cidade e na criação de novos espaços e edifícios interculturais. (*ibidem*: 48)

Isto vai contra a orientação da reabilitação urbana, que seleciona determinados passados para os fixar numa presença histórica artificial, delineada para incluir determinados públicos e excluir outros. Para o setor criativo, a diferença cultural é mais uma mercadoria, tão descontextualizada como as t-shirts com a efígie do Che ou de Mao que continuaram

a ser produzidas muito depois de terem caído no esquecimento as insurreições dos anos 60, durante as quais estas imagens começaram a ser divulgadas. Até mesmo o comunismo pode ser mercadorizado em nome dos interesses do neoliberalismo.

A indústria da cultura

A cultura é um meio de ordenamento social desde o século XIX, reforçando as perspetivas do capital ao construir uma sociedade de consumo. Zukin argumenta que, embora a cultura constitua uma forma de controlo através de imagens seletivas,

Com o desaparecimento das indústrias locais e com as crises periódicas no governo e nas finanças, a cultura passa a ser cada vez mais o negócio das cidades – a base das suas atrações turísticas e a sua única vantagem competitiva. O crescimento do consumo cultural [...] e das indústrias que lhe dão resposta alimenta a economia simbólica da cidade, a sua capacidade visível para produzir tanto símbolos como espaço. (1995: 1-2)

A posição de Zukin relativamente à cultura de consumo reflete também a colonização dos grafiti pelo mercado artístico:

Os estilos que se desenvolvem nas ruas são veiculados pelos meios de comunicação [...] onde, divorciados do seu contexto social, se transformam em imagens do que “está a dar”. Nos *outdoors* urbanos de publicidade a perfumes ou *jeans* de estilista, são reciclados para o regresso à rua, onde se transformam em provocação, levando à imitação e até à violência. [...] A cacofonia de reivindicações de justiça traduz-se numa procura consistente de *jeans*. (*ibidem*: 9)

Todavia, se a reabilitação urbana de base cultural foi a estratégia da década de 1990 e dos primeiros anos do século XXI, apresentada como um aperfeiçoamento do modelo de ordenamento social oitocentista, hoje em dia o setor da regeneração parece ter ocupado o lugar da cultura como principal motor de mudança – e é muito mais sinistro.

Após o colapso financeiro, a indústria da regeneração passou a ser uma ameaça para as comunidades, pois os bairros sociais situados em locais de grande valor potencial são regenerados por empresas imobiliárias do setor privado com a intenção de os reclassificar, expulsando os habitantes remanescentes. A propósito do bairro de habitação social de Heygate, no sul de Londres, um vereador local assegurava que os prédios de apartamentos são “de conservação francamente difícil”; se “quando foi construído o bairro

era um projeto modelo, não conseguiu aguentar a passagem dos anos”.⁶ O arquiteto discorda: “Não creio que [...] seja um empreendimento fracassado; há casos de bairros de habitação social que falharam, mas este não é um deles. [...] Nunca houve nenhum problema até há pouco tempo [...]. As câmaras optam sempre por soluções aparatosas, de construção de raiz, em vez de tratarem como deve ser do que têm”.⁷ A mensagem transmitida ao público é a de mistura social. Nas palavras de Hatherley, “As cooperativas de habitação dizem às pessoas, ‘nós vamos trazer para aqui uns corretores da bolsa e assim tudo se vai resolver. A partir desse momento, de uma forma ou outra, vocês vão ficar mais cultos por osmose’ (2011: 10). Mas na realidade o que acontece é a periferização: o reformismo oitocentista convertido em brutalismo neoliberal de feição modernizante. Heygate não é caso único. Um habitante de um outro bairro de habitação social na mira da reabilitação dizia: “Nós somos o tipo de pessoa errada para o código postal certo. [...] Vivemos num pedaço de terra que vale ouro. Eles nunca, nem por um minuto, pensaram em nós como seres humanos”.⁸

O último episódio desta narrativa sórdida é o surgimento do que Naomi Klein classifica como capitalismo catastrófico. Ao escrever sobre o furacão Sandy, Klein comenta que os interesses do setor privado veem oportunidades de negócio numa reconstrução financiada com dinheiros públicos. Observa também que “nas previsões dos agentes do mercado imobiliário de segmento alto, os geradores de apoio vão-se tornar nos novos símbolos de estatuto social, juntamente com o apartamento de luxo e a mansão”.⁹ E o que é mais alarmante, as alterações climáticas, continua Klein, são encaradas como “uma espécie de férias nas termas, nada que uma combinação adequada de serviços de assistência personalizada e um conjunto de acessórios bem pensados não consiga resolver”.¹⁰

Uma cidade pós-criativa?

Poderíamos concluir nesta nota deprimente. Mas será que a história acaba aqui? Klein julga que não: está na hora de as pessoas começarem a opor resistência, rejeitando a despolitização da sociedade engendrada pelo neoliberalismo. Em Bristol, uma cidade cosmopolita e cultural do oeste de Inglaterra,

⁶ Citado em Stephen Moss, “Homes under the Hammer”, *The Guardian*, G2, 4 de março de 2011, p. 8.

⁷ T. Tinker *apud* Moss (*ibidem*: 8-9).

⁸ Citado em Dave Hill, “The Battle for the Earl’s Court Council Estates”, *The Guardian*, Society, 9 de março de 2011, p. 3.

⁹ Naomi Klein, “Hurricane Sandy: Beware of America’s disaster capitalists”, *The Guardian*, 6 de novembro de 2012.

¹⁰ *Ibidem*.

a classe criativa de artistas, estudantes e *ocupas* perdeu a paciência. Perante o avanço do enobrecimento urbano, e após meses de campanha de oposição à abertura de um hipermercado Tesco no distrito de Stokes Croft, o armazém foi vandalizado numa noite de maio de 2011. Um jornal descrevia a existência de uma atmosfera tensa após “uma noite de violentos motins provocados pelo recurso a severos meios [policiais]”, e citava o representante autárquico eleito da zona a dizer que “é um tipo de área muito *hippy*, muito contracultura, com grande número de lojas de artes. [...] Havia duas pessoas a tocar saxofone em cima de uma paragem de autocarro e um fotógrafo a tirar fotografias. Um agente da polícia atravessou a rua e deu-lhe um empurrão”.¹¹ O supermercado reabriu pouco tempo depois, mas as pinturas murais ainda dão testemunho da ação de protesto.

Este episódio veio na sequência de outros protestos, contra as propinas universitárias, as medidas de austeridade e a evasão fiscal por parte de companhias transnacionais. Existem também formações culturais alternativas. Em Hamburgo, o grupo Park Fiction teve sucesso na sua oposição aos projetos de privatização de um local numa zona onde os artistas tinham ocupado vários prédios, reunindo uma diversidade de públicos locais para projetar e criar um parque nas margens do rio. Park Fiction começou também a trabalhar noutras cidades: em Copenhaga, um cartaz anuncia o cancelamento das festas de moda de um bar, convidando os *hipsters* a irem para outro lado. Um outro cartaz publicita sessões para ajudar os *hipsters* a combater o vício da moda. É fácil criticar este tipo de campanhas como marginais, mas elas apontam para uma nova aliança entre a produção artística e as culturas do quotidiano. Talvez isto seja um ponto de partida para a cidade pós-criativa. E um outro será inevitavelmente, após o inverno de 2011, o movimento Ocupa. Por muito efémero que seja – e pensemos nas breves manifestações de protesto contra as autoestradas, na década de 1990, ou contra o capitalismo, na década seguinte – as recordações do movimento Ocupa perduram em muitas cidades. Existe, portanto, uma alternativa ao atual estado das coisas. Desconfio, no entanto, que os que acamparam em espaços públicos estavam não tanto a tentar mudar a política estatal, como a passar por uma experiência mais pessoal de transformação – um momento de clareza súbita e espontânea após o qual nada permanece exatamente igual. Isto é uma nova revolução. Que formas assumirá, à medida que a austeridade pulveriza a sociedade e a claridade desponta no horizonte, não sei. Mas não vai desaparecer.

¹¹ Owen Bowcott, “Police Operation against Anti-Tesco Rioters was Heavy-Handed, Claims Bristol MP”, *The Guardian*, 23 de abril de 2011, p. 4.



FIGURA 3 – Cartaz num bar em Copenhaga:
“Infelizmente, todas as nossas festas de moda foram canceladas...” por Park Fiction
(fotografia do autor)

Tradução de Isabel Donas Botto
Revisão de Teresa Tavares

Referências bibliográficas

- Bauman, Zigmunt (1998), *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Binnie, Jon; Holloway, Julian; Millington, Steve; Young, Craig (orgs.) (2006), *Cosmopolitan Urbanism*. London: Routledge.
- Butler, Tim (2003), "Living in the Bubble: Gentrification and its Others in North London", *Urban Studies* 40, 2469-86.
- Degen, Monica (2004), "Barcelona's Games: The Olympics, Urban Design, and Global Tourism", in Mimi Sheller; John Urry (orgs.), *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*. London: Routledge, 131-142.
- Dodd, Diane (1999), "Barcelona: The Making of a Cultural City", in Diane Dodd; Annemoon van Hemel (orgs.), *Planning Cultural Tourism in Europe: A Presentation of Theories and Cases*. Amsterdam: Boekman Foundation, 53-64.
- Florida, Richard (2004), *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Greenberg, Clement (1986), "Avant-Garde and Kitsch", *Perceptions and Judgements, 1939-1944*. Vol. 1 of *Collected Essays and Criticism*, organizado por John O'Brian. Chicago: Chicago University Press [publicado originalmente em *Partisan Review*, outono de 1939].
- Hatherley, Owen (2010), *A Guide to the New Ruins of Great Britain*. London: Verso.
- Hatherley, Owen (2011), *A New Kind of Bleak: Journeys through Urban Britain*. London: Verso.
- Krauss, Rosalind (1983), "Sculpture in the Expanded Field", in Hal Foster (org.), *The Anti-Aesthetic: Essays on Post-Modern Culture*. Seattle, WA: Bay Press, 31-42 [ed. orig.: 1979].
- Landry, Charles (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Lees, Loretta; Slater, Tom; Wyly, Elvin (2008), *Gentrification*. London: Routledge.
- Ley, David (1996), *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- Loftman, Patrick; Nevin, Brendan (1998), "Pro-Growth Local Economic Development Strategies: Civic Promotion and Local Needs in Britain's Second City", in Tim Hall; Phil Hubbard (orgs.), *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics*. Chichester: Wiley, 129-148.
- Sandercock, Leonie (2006), "Cosmopolitan Urbanism: A Love Song to Our Mongrel Cities", in Jon Binnie; Julian Holloway; Steve Millington; Craig Young (orgs.), *Cosmopolitan Urbanism*. London: Routledge, 33-52.
- Sennett, Richard (1998), *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. New York: Norton.
- Smith, Neil (1996), *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London: Routledge.

- Soja, Edward (2000), *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford: Blackwell.
- Tönnies, Ferdinand (1955), *Community and Association*. London: Routledge.
- Wilson, Elizabeth (2000), *Bohemians: The Glamorous Outcasts*. London: I.B. Tauris.
- Yúdice, George (2003), *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global World*. Durham, NC: Duke University Press.
- Zukin, Sharon (1995), *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

